

## ABSTRAK

*Tujuan dari penulisan adalah untuk menyediakan pedoman dan strategi bagi perusahaan untuk dapat menerapkan knowledge management di dalam perusahaannya, terutama untuk divisi promosi perusahaan. Data diambil dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dari divisi promosi di perusahaan, dan juga wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dari divisi teknologi informasi, serta pihak-pihak dari divisi strategic management.*

*Data dianalisis dengan menggunakan metode Knowledge Management System Framework dari Amrit Tiwana (Tiwana, 1999), dan Knowledge Management Maturity Model (Minonne & Turner, 2010). Dari data-data yang didapatkan, strategi disusun dengan langkah-langkah berdasarkan Knowledge Management System Framework dari Amrit Tiwana, dan memposisikan posisi Knowledge Management di perusahaan berdasarkan Knowledge Management Maturity Model.*

*Hasil yang didapat adalah posisi dari knowledge management yang telah berjalan di perusahaan, serta strategi-strategi penerapan untuk perusahaan dapat maju ke tahapan berikutnya dari Knowledge Management Maturity Model. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pemetaan dan strategi-strategi penerapan dapat membantu perusahaan dalam menerapkan knowledge management lebih lanjut di dalam perusahaan. (A, EM)*

### **Kata kunci:**

*Knowledge management, strategi penerapan, maturity model*